

**Universidade de Brasília**  
**Instituto de Artes**  
**Departamento de Desenho Industrial**

**NAUÍ LOPES PAIVA**

**MARCA BATALHA DO NEURÔNIO:  
IDENTIDADE VISUAL PARA DUELO DE MC'S**

**Brasília, 2013.**

**NAUÍ LOPES PAIVA**

**MARCA BATALHA DO NEURÔNIO:  
IDENTIDADE VISUAL PARA DUELO DE MC'S**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Desenho Industrial da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Programação Visual.

Orientador: Prof. André Maya.

Brasília, 2013.

## **RESUMO**

O presente projeto teve como objetivo o desenvolvimento de identidade visual para a Batalha do Neurônio, evento cultural do movimento hip hop realizada em Brasília–DF. Trata-se de uma Batalha de MC's, evento independente que tem ganhado público fiel e reconhecimento devido aos registros de vídeos feitos no decorrer das edições, principalmente nas redes sociais. Em virtude da escassez de informação visual o foco do projeto será propor a solução desse problema. Serão demonstrados os passos desse processo e seus respectivos objetivos. Estarão também detalhadas, pesquisas sobre a história do hip hop, um release da Batalha do Neurônio explicando suas origens, regras, características e história, a representação visual de algumas marcas, painéis visuais, contexto atual das batalhas de MC's no País, análise dos dados pesquisados e uma vasta seleção de informação com objetivo de conceituar a proposta. Após essa seleção de informação, foram desenvolvidas a identidade visual e algumas aplicações como bonés, camisetas.

Palavras-chave: Hip Hop. Duelo de MC's. Identidade visual.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Sound System Jamaicano.....	13
Figura 2 - B-boy fazendo o passo “freeze” em concurso de breakdance.....	14
Figura 3 - DJ fazendo ‘scratches’.....	15
Figura 4 - Capa do álbum do grupo N.W.A - StraightOutta Compton (1988).....	16
Figura 5 - Show do MC Marechal no Rio de Janeiro.....	17
Figura 6 - Duelos de MC’s no Viaduto de Santa, em Belo Horizonte.....	19
Figura 7 - MC’s de Brasília na Batalha do Neurônio.....	21
Figura 8 - Referências visuais - Marcas.....	23
Figura 9 - Marca de outras batalhas.....	24
Figura 10 - Produtos de outras batalhas e alguns concorrentes.....	25
Figura 11 - Estêncil.....	26
Figura 12 - Seleção das marcas.....	27
Figura 13 - Geração de alternativas (Rascunho 1).....	29
Figura 14 - Geração de alternativas (Rascunhos 2).....	29
Figura 15 - Análise de fontes do tipo estêncil 1.....	30
Figura 16 - Análise de fontes do tipo estêncil 2.....	30
Figura 17 - Formas da fonte Estenceler.....	31
Figura 18 - Fonte Estenceler.....	31
Figura 19 - Testes de símbolos (estêncil).....	32
Figura 20 - Testes de símbolos, marca e experimentos.....	33
Figura 21 - Testes de símbolos, adequação do lettering (carimbo).....	34
Figura 22 - Testes de bordas do carimbo.....	35
Figura 23 - Marca Batalha do Neurônio.....	36
Figura 24 - Ajuste da marca em grade.....	36
Figura 25 - Teste de legibilidade e redução.....	37
Figura 26 - Teste em fundos contrastantes.....	37
Figura 27 - Padrão de cores.....	38
Figura 28 - Etapas do tratamento de imagem para estampas.....	39
Figura 29 - Zoom da peça em sua forma final.....	39
Figura 30 - Zoom mais intenso para demonstrar as retículas de meio tom.....	40
Figura 31 - Imagem ‘Bruce Lee’, tratada e desenvolvida para estampa.....	41
Figura 32 - Zoom, imagem ‘Bruce Lee’ reticulada.....	41
Figura 33 - Imagem ‘Bob Marley’, tratada e desenvolvida para estampa.....	42
Figura 34 - Zoom, imagem ‘Bob Marley’.....	42
Figura 35 - Imagem ‘Tupac Shakur’, tratada e desenvolvida para estampa.....	43
Figura 36 - Zoom, imagem Tupac.....	43
Figura 37 - Identidade tratada para simular carimbo.....	44
Figura 38 - Representação gráfica para os modelos de camiseta e baby look.....	45
Figura 39 - Demonstração de aplicação da marca sobre a imagem.....	46
Figura 40 - Imagem ‘Samurai’, tratada e desenvolvida para estampa.....	47
Figura 41 - Zoom, imagem ‘Samurai’.....	47
Figura 42 - Imagem ‘Cérebro’, tratada e desenvolvida para estampa.....	48
Figura 43 - Zoom, imagem ‘Cérebro’.....	48
Figura 44 - Padrão de aplicação nos fundos.....	49
Figura 45 - Simulação de aplicação em camiseta branca.....	49
Figura 46 - Simulação de aplicação em camiseta vermelha.....	50
Figura 47 - Zoom de aplicação em camiseta vermelha.....	50
Figura 48 - Simulação da aplicação da marca em bonés.....	51

Figura 49 - Carimbo/cartão de visita.....	51
Figura 50 - Aplicação do carimbo em envelope.....	52
Figura 51 - Modelos moletom.....	52
Figura 52 - Banner lateral.....	53
Figura 53 - Tratamento imagem banner lateral.....	54
Figura 54 - Zoom tratamento imagem banner lateral.....	54
Figura 55 - Banner parede.....	55
Figura 56 - Banner mesa.....	55
Figura 57 - Simulação do espaço, distribuição dos banners.....	56
Figura 58 - Banner web facebook.....	56

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	7
<b>2 METODOLOGIA</b>	9
<b>3 CULTURA HIP HOP</b>	12
3.1 BREAKDANCE E DANÇA HIP HOP	13
3.2 DJ	14
3.3 RAP	15
3.4 BEAT BOX	16
3.5 MC	16
<b>4 BATALHA DE MC's</b>	18
4.1 BATALHA DO NEURÔNIO	19
4.1.1 Regras da Batalha do Neurônio	20
<b>5. PÚBLICO</b>	22
5.1 REFERÊNCIAS VISUAIS	23
5.2 OUTRAS BATALHAS	24
5.2.1 Produtos	25
5.3 ESTÊNCIL	25
5.4 SELEÇÃO DAS REFERÊNCIAS VISUAIS	27
<b>6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS</b>	28
6.1 CARIMBO	34
<b>7 CONCEITO E LINGUAGEM</b>	36
7.1 CORES	37
7.2 APLICAÇÕES	38
7.3 CAMISETAS - 'A BATALHA DO NEURÔNIO ESTÁ EM TODAS AS COISAS'	38
7.4 BONÉS	51
7.5 CARIMBO	51
7.6 MOLETOM	52
7.7 BANNERS	53
7.7.1 Banners laterais	53
7.7.2 Banner da parede e da mesa	55
7.7.3 Banner Facebook	56
<b>8 CONCLUSÃO</b>	57
<b>9 REFERÊNCIAS</b>	58

## 1 INTRODUÇÃO

Este projeto apresenta o processo e o resultado do desenvolvimento de identidade visual realizado durante a disciplina Diplomação em Programação Visual do curso de Desenho Industrial da Universidade de Brasília.

A Batalha do Neurônio é um evento que reúne diversas pessoas, de todas as idades e desde a sua primeira edição esse número vem aumentando. Como não possui nenhuma identidade visual, sendo conhecida e divulgada apenas pelo “boca a boca”, se fez necessário o desenvolvimento de uma identidade para a profissionalização da mesma. Sendo assim, o foco do trabalho é a criação dessa identidade, de forma que seja atrativa, de rápida assimilação e carregue valores simbólicos para o público.

O objetivo é desenvolver um sistema de identidade visual para a Batalha do Neurônio que siga os seguintes aspectos:

- a) Representar visualmente a batalha;
- b) Desenvolver um projeto gráfico atraente e coerente com a temática apresentada;
- c) Permitir fácil assimilação do conteúdo por parte do observador;
- d) Sistematizar a aplicação.

Por ser um processo multidisciplinar, a idealização de uma identidade visual necessita do conhecimento, ao menos básico, dos elementos que a constroem. O profissional que compreende melhor esses elementos tem sido cada vez mais valorizado no meio empresarial. O apoio desse projeto está na análise das batalhas de MC's, o evento Batalha do Neurônio e o contexto histórico da cultura hip hop. Será apresentado painéis visuais, levantamentos de dados, análise das características do movimento, o funcionamento da Batalha do Neurônio e uma solução para o problema da escassez visual do evento. O projeto também irá propor a aplicação dessa identidade visual em alguns produtos.

Muitas dessas aplicações estão baseadas no perfil dos consumidores da cultura hip hop. Por ser uma cultura extensa e possuir várias formas de expressão é complicado sintetizar um produto que englobe todas essas formas. A identidade buscará uma melhor forma de aglomerar esses valores.

Buscando a compreensão do processo da construção de identidade, a pesquisa, a redação do texto, design e ilustrações foram realizadas por mim. Ao longo do processo, pode-se verificar que o trabalho é grande e aparenta ser redobrado ao ter que propor opções/soluções para ser registrado em seus detalhes para a academia.

As páginas seguintes apresentam as partes mais relevantes do processo de produção da identidade visual sobre um evento cultural independente que faz parte da cultura hip hop.



## 2. METODOLOGIA

O projeto foi desenvolvido seguindo etapas estabelecidas para pesquisa e execução. Como um dos organizadores, pude perceber as necessidades do evento de perto. Em uma primeira reunião foram anotados os problemas que implicavam a escassez visual do evento até que se chegou a conclusão de que deveria ser criada uma identidade visual, pois muitos dos problemas envolviam etapas que dependiam disso, por exemplo, a falta de produtos como camisetas e bonés. Decidiu-se, portanto propor algumas aplicações.

Um dos problemas apontados foi a questão do orçamento, já que o evento é independente e não possui nenhum tipo de patrocinador. A solução para esse problema foi a de produzir alguns produtos que teriam retorno financeiro rápido, baseando-se no público alvo. A partir daí foi feito um cronograma de desenvolvimento e anotado as observações gerais para que assim começasse a etapa de levantamento de dados. Pesquisou-se o público da batalha e o contexto da cultura hip hop, após essa pesquisa anotou-se algumas características do contexto. Também averiguou-se a maneira de como as batalhas similares atuam no mercado e como elas disponibilizam seus produtos para visualização.

O uso de painéis visuais foi extremamente importante para esse projeto. Coletou-se uma série de marcas, fontes e ferramentas consideradas similares ao objetivo da proposta. Após toda essa coleta e pesquisa, as informações foram analisadas de forma objetiva e racional visando buscar um caminho que seja diferenciado e caracterize bem a batalha. A partir da escolha do caminho, as informações da demanda, pesquisa e análise do público, o processo ficou mais objetivo, iniciando-se uma etapa de concepção do conceito visual do trabalho. Definiu-se a linguagem e os conceitos inerentes à forma gráfico-visual, através de recursos visuais e palavras-chave.

Após o conceito se iniciou uma etapa de geração de alternativas e uma programação visual ligada ao conceito da marca, realizou-se estudos no papel (esboços, rascunhos), no computador (simulações, estudos de cor), testes de legibilidade, estudos do espaço e distribuição dos elementos gráficos, testes em diferentes fundos e aplicações para demonstrar o comportamento visual do projeto, testes e ajustes que permitiram uma avaliação crítica do que foi criado e por fim sugeriu-se algumas aplicações para essa marca.

Houve uma apresentação de um estudo completo na etapa de anteprojeto. Nessa etapa foi discutido o conceito visual, estudo do símbolo, teste de cores e foi feita uma revisão dos

objetivos com a bancada. Até se chegar numa etapa final do projeto que foi a implantação da Identidade Visual e encaminhamento para a produção gráfica das aplicações.

Abaixo segue a descrição das etapas:

#### DEMANDA E PROPOSTA

- a) Contato com os organizadores do evento;
- b) Anotações pertinentes;
- c) Análise de prováveis problemas;
- d) Orçamento;
- e) Proposta
- f) Cronograma
- g) Observações gerais

#### REFERENCIAL TEÓRICO

- a) Cultura hip hop;
- b) Conceito, história e pilares da cultura;
- c) Batalha do Neurônio;
- d) Definição, história e regras.

#### LEVANTAMENTO DE DADOS

- a) Características;
- b) Referências visuais;
- c) Análise dos concorrentes;
- d) Estêncil;
- e) Seleção de marcas.

#### ANÁLISE DE DADOS E SIMILARES

- a) Estudo de caso;
- b) Características.
- c) Similares
- d) Análise dos produtos dos similares

#### OBJETIVAÇÃO, CONCEITO E LINGUAGEM VISUAL

- a) Coleta de dados
- b) Escolha do caminho

## GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

- a) Rascunhos, testes no papel;
- b) Simulações no computador;
- c) Estudos de cor;
- d) Testes em fundos diversos;
- e) Testes de visibilidade

## ANTEPROJETO

- a) Revisão dos objetivos;
- b) Conceito visual;
- c) Estudo do símbolo e do logotipo.

## FINALIZAÇÃO

- d) Implantação da identidade visual;
- e) Fechamento;
- f) Encaminhamento para a produção gráfica.

### 3 CULTURA HIP HOP

O hip hop é uma cultura artística e teve origem em meados da década de 70, nas áreas centrais de comunidades jamaicanas, latinas e afro-americanas do South Bronx/NY. Estabeleceu quatro pilares conhecidos como os 4 elementos do hip hop: DJ, MC, Grafite e o Breakdance. Tem como origens estilísticas o R&B, Rap, Funk/Soul, Disco, Dub, Toasting, Ska, Blues falado, entre outros. Ganhou popularidade no final dos anos 80 no EUA e a partir dos anos 90 no restante do mundo.

Também dizem que o rap surgiu na Jamaica mais ou menos na década de 60 com os Sound Systems colocados nas ruas para animar bailes e que na verdade eram usados para discursar sobre assuntos como a violência nas favelas, drogas e sexo.

Kevin Donovan conhecido como Afrika Bambaataa é considerado o criador oficial do movimento, fundador também da ONG Zulu Nation que tem como principal base o hip hop e pregavam a livre expressão sem repressão. Bambaataa misturava gravações já conhecidas para criar os Raps que iam do Funk ao eletrônico, ele criou também bases que fizeram surgir o Miami bass (um tipo de hip hop que fez sucesso na década de 80 e 90) e o Freestyle.

O Rap é uma abreviação de Rhythm and poetry (ritmo e poesia), que emergiu nos subúrbios negros e latinos de NY. Esses subúrbios eram guetos e enfrentavam problemas de ordem social como pobreza, carência de infraestrutura, racismo, tráfico e educação.

Os moradores tinham a rua como espaço de lazer, logo, a disseminação da cultura ganhava força. Os bairros eram habitados essencialmente por migrantes do Caribe vindos em sua maioria da Jamaica. Entre esses migrantes, um foi muito importante para a cultura hip hop, o Dj Kool Herc. Ele organizou festas de ruas com equipamentos sonoros conhecidos como “Sound System” (parecidos com trio elétricos) e introduziu o “Toaster” que é um modo de cantar fraseado em cima de bases de reggae, que teria dado origem ao Rap.

Nesse contexto começa o nascimento de manifestações artísticas de rua e também o desenvolvimento de estilos próprios. Há também o surgimento de gangues dentro de um sistema opressor nas periferias, desencadeando lutas pelo domínio territorial e regras rígidas. Observando isso foi que Bambaataa e Dj Kool tiveram a ideia de organizar festas chamadas Block Parties onde, dentro de uma proposta de Bambaataa de canalizar a violência vividas em forma de arte, o Break começava a ganhar força.

Dj Hollywood é o responsável por introduzir em suas festas os MC’s (Mestres de Cerimônias), que animavam com rimas, dando origem ao rap. A Zulu Nation foi a primeira

organização de interesse em hip hop com sede no Bronx, tinha como objetivo acabar com vários problemas do subúrbio e começaram a organizar “batalhas” artísticas.



Figura 1 - Sound Sytem Jamaicano.

O termo “hip” é usado no AAVE (Inglês Vernáculo Afro-Americano) desde 1898 e significa “algo atual, o que está acontecendo no momento” e “hop” refere-se a movimento de dança.

Inicialmente consideravam-se quatro pilares fundamentais para a formação da cultura hip hop: o Break, o Dj, o Rap e o Grafite. Hoje, além desses pilares, considera-se também o Beat Box, o MC e a Moda Hip Hop.

### 3.1 BREAKDANCE E DANÇA HIP HOP

As características das manifestações de dança do hip hop tem influência em uma variedade de estilos, se destaca o locking, o popping, e o breaking, sendo que o último ganhou bastante destaque no mundo e é utilizado como meio de recreação ou competição e muitos acreditam que seja a única expressão dançada do movimento. São chamados B-boys e B-girls os que praticam o breaking. Há o destaque do freestyle que é considerado a “improvisação” dos movimentos na hora das disputas ou performances.

James Brown teve destaque na expressão com a prática do “GoodFoot” (pé bom) e adquiriu muito respeito nos redutos negros. Sobre a influência do GoodFoot, no Bronx foi criado um passo de nome “Top Rocking”. Esses passos eram representados nas batalhas de breaking que eram desenvolvidas num espaço circular que se formava naturalmente.



Figura 2 - B-boy fazendo o passo “freeze” em concurso de breakdance.

### 3.2 DJ

O DJ (Disc Jockey) é o operador de discos, faz bases e colagens rítmicas, atualmente é considerado músico. É o profissional que tem habilidade de fazer scratches e samples. Diante dos numerosos fatores envolvidos, incluindo a composição escolhida, o meio, o tipo de público alvo, a lista de canções e o desenvolvimento da manipulação do som, há diferentes tipos de DJs na atualidade, dos mais variados estilos e nem todos usam discos.

Dentro do universo do hip hop o que se destaca entre habilidades é o “scratch”. O scratch (arranhar) é uma técnica de DJ usada para produzir sons característicos, movendo um disco de vinil para frente e para trás em uma plataforma giratória, enquanto opcionalmente se manipula o crossfader em um misturador de DJ. O scratch é associado à música hip hop desde meados dos anos 1970, ele tem sido usado em alguns estilos do pop, da música experimental e do nu metal. Na cultura hip hop, o scratch é uma das medidas de habilidades de um DJ. Em registros do hip hop, ganchos riscados costumam usar partes de músicas de rap diferentes, essa técnica é conhecida como “colagens”.



Figura 3 - DJ fazendo 'scratches'.

### 3.3 RAP

É um discurso rítmico que engloba principalmente rimas e poesias, pode ser feito sobre uma base rítmica ou a capela. A improvisação poética sobre uma batida no tempo rápido e frequente, sem acompanhamento ou acompanhada apenas pelo som do baixo, caracteriza o rap. São os “Rappers” os cantores que fazem esse discurso.

Sua origem está nos “toaster”, mestres de cerimônias das favelas de Kingston-Jamaica. Os toasters faziam intervenções musicais com microfone e abriam discursos relacionados a problemas das periferias onde viviam. Assuntos como drogas, descaso do governo e violência eram abordados. O rap é um dos únicos estilos musicais da história da música ocidental no qual o discurso/texto é mais importante que a música.

O rap era um ritmo comum entre as classes baixas assim como o blues e o pagode, mas com o tempo invadiu o mercado de todos os grupos sociais.

Faz parte do universo de um rapper a utilização de “Samples” (cortes de trechos musicais), através deles executou-se as amostras em loops, fato que revolucionou a música eletrônica. A nível técnico, samplear seria o mesmo que "gravação de sons de timbres instrumentais", na intenção de representar os sons de instrumentos. Esse artifício é muito utilizado, pois para muitos rappers a linha melódica é menos importante do que o discurso e funciona apenas como acompanhamento.

O Gangsta Rap foi um subgênero do rap que teve muito destaque. Ice-T e outros como LL Cool J são uns dos pioneiros do gênero e nos Estados Unidos os Bloods & Crips haviam se espalhado como uma epidemia e as letras se pareciam muito com o estilo de vida dos membros de gangues, por essa razão nomeou-se esse estilo de rima de Gangsta Rap (Rap

Gângster) outro grupo que contribuiu com o gênero foi o N.W.A, temas de problemas sociais, rixas de gangues e brutalidade da polícia eram combustíveis para as letras de Ice Cube, Dr Dre, Dj Yella, Eazy-E e Mc Ren.

De acordo com o inglês vernáculo afro-americano nos anos de 1960 RAP significava “conversar”, “falar”. Atualmente é um neologismo popular que significa ritmo e poesia.

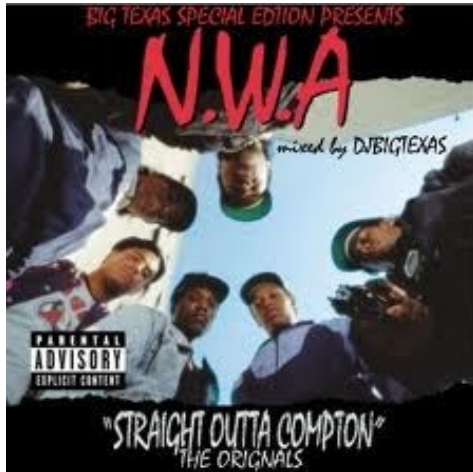


Figura 4 - Capa do álbum do grupo N.W.A - StraightOutta Compton (1988). Pioneiros do Gangsta Rap.

### 3.4 BEAT BOX

Beat Box ou Caixa de Batida é uma percussão vocal do hip hop e simula efeitos do DJ, cantos, instrumentos, além de efeitos sonoros. Tem início na década de 80 onde por questões de falta de estrutura os MCs simulavam as batidas nas esquinas do Bronx onde realizam os encontros de freestyle. No Brasil tem destaque nessa arte Fernandinho Beat Box que já tocou com músicos importantes como Marcelo D2. No cinema o filme Loucademia de polícia faz uso dessa técnica que é feita por uns dos personagens.

### 3.5 MC

O MC, Mestre de Cerimônias, é o anfitrião de um evento e também o porta voz de uma festa ou baile black. Tendo suas raízes no toaster jamaicano, o MC na música hip hop é um artista ou cantor que interpreta seu próprio material. Há um tipo de MC chamado “MC freestyle”, que faz composições instantâneas de música, os improvisos e possui a habilidade de produzir e interpretar determinado conteúdo, dentro de parâmetros harmônicos.





Figura 5 - Show do MC Marechal no Rio de Janeiro.

Esse tema é um dos mais importantes para o projeto, pois se trata justamente do pilar que mais envolve a batalha, analisar as características dessa definição e também entender o MC como um dos principais focos dessa trabalho é deveras importante, pois o entendimento desse pilar é de grande valia para a geração de alternativas e para o auxílio do conceito que envolverá a marca já que a maioria do público da Batalha do Neurônio são os próprios MCs e as pessoas que admiram essa arte.

#### 4 BATALHA DE MCS

Em meados da década 80 o MC Busy Bee passa a fazer rimas desafiando outros MC's, tornando as rimas ficassem mais intensas.

Alguns rappers atacaram outros rappers como foi o caso de Kool Moe Dee que lançou em 1987 um álbum contra o rapper LL Cool J. Outros grupos repetiram esse estilo em suas músicas como o grupo Boggie Down Production (BDP), esse modelo aumentou as vendas de seus LPs de forma considerável. Essa disputa sonora atraia os curiosos e muitos MCs acreditam que essa foi a origem das batalhas de MC's

Há batalhas de MC's onde dois rappers fazem freestyle, onde geralmente um ataca o outro por meio de rimas e o público decide o vencedor. Cada batalha tem suas leis, mas em geral as regras englobam uma disputa individual (1x1), em estilo freestyle, sendo suportado um número máximo de 8 participantes (esse número varia de acordo com a batalha), com chaves de eliminatórias simples. Cada participante tem um total de duas entradas, sendo estas compostas por um ataque e uma defesa. Cada uma contém um tempo estimado de 45 segundos para o MC demonstrar sua improvisação. Decidido num simples par ou ímpar o MC que começa a batalha é o que ataca primeiro, sendo assim, seu adversário é quem faz a defesa (resposta) e logo em seguida contra ataca, ocasionando a defesa do seu oponente. No caso de um empate uma terceira rodada é feita.

Considera-se alguns pontos durante o julgamento dos MC's como a harmonia, o entrosamento para quaisquer acontecimentos no momento da batalha, a performance, inovação/variação na improvisação, o flow, a criatividade e a adaptação do MC à base. É proibida a utilização de palavras de baixo calão, citações racistas ou preconceituosas.

As batalhas que possuem maior destaque nacionalmente são a Liga dos MC's, que ocorre no Rio de Janeiro, o Duelo de MC's, em Belo Horizonte e a Rinha dos MC's, que acontece em São Paulo.

Outro tipo de batalha é a Batalha do Conhecimento. Nesse tipo, além do improviso, o MC precisa demonstrar conhecimento. Temas são dados pelo público e o MC tem cerca de 1 minuto pra desenvolver o improviso, ganha aquele que demonstrar melhor conteúdo sobre o tema.



Figura 6 - Duelos de MC's no Viaduto de Santa, em Belo Horizonte.

#### 4.1 BATALHA DO NEURÔNIO

A Batalha do Neurônio é um evento cultural independente criado por MC's de Brasília. O evento se iniciou quando um grupo de MC's que já fazia parte dos duelos da capital se organizou para realizar uma batalha de conhecimento, pois não existia nenhuma fixa. Um dos organizadores, MC Zen, levou a batalha para a Vila Planalto, sua cidade. Amigos se organizaram e começaram a fazer a batalha todo último sábado do mês. O slogan da batalha é “Freestyle: A cura do Alzheimer” devido uma brincadeira improvisada na primeira edição da batalha.

Inicialmente era uma batalha fixa e acontecia na Praça Nelson Corso no centro da Vila Planalto, agora é uma batalha sem local fixo e também funciona mediante contrato, podendo ser contratada para realização de eventos. Atualmente ela está sendo realizada na área externa do Taguaparque.

O evento está em ascensão e é bastante promissor pelo fato de ter uma interação bem sadia e receber públicos das mais variadas idades, em sua maioria adolescente, mas há também muitas crianças e adultos presentes. O público está aumentando a cada edição. Seu diferencial está em ser a única batalha de conhecimento periódica da capital federal.

Funciona da seguinte forma: O público presente sugere alguns temas e os MC's que estão competindo desenvolvem improvisos baseados nesses temas, em cima das batidas, gerando uma linha de raciocínio e a construção de uma ideia. Ganha aquele que, de acordo com o público, desenvolveu melhor o improviso. Esse improviso se assemelha bastante aos duelos de repentistas do nordeste. O evento também conta com espaço aberto para o público da cidade demonstrar suas habilidades artísticas. Geralmente são os próprios MC's que

apresentam suas músicas, mas também é um espaço para outros tipos de manifestações culturais.

Uma parte de MC's de Brasília se organizou para que toda semana ocorram eventos de batalhas de MC's, como muitos são de localidades distintas há duelos sendo realizados em cidades diferentes, inclusive em alguns lugares do entorno de Brasília como Valparaíso. Todo domingo ocorre também o grande encontro de MC's no Museu da República, ao lado da rodoviária, esse encontro foi chamado de A Batalha do Museu.

Brasília enfrenta problemas sérios de transporte público e essa organização se fez necessária para que sempre haja coró na realização de todas as outras batalhas e para que o ciclo cultural permaneça ativo, diversificado, integrado e acessível a vários públicos e partes da cidade.

Equipamento de som, quadro e bloco de anotações já são suficientes para a realização do evento. Uma pessoa é responsável por anotar os nomes do MC's, 16 participantes no máximo, enquanto o mestre de cerimônia começa a convidar o público e orienta-los sobre o funcionamento o evento. O papel do mestre de cerimônia é o mais importante na batalha, pois ele é a voz que rege o evento, explica o funcionamento, convoca a participação e apresenta o espetáculo.

O duelo tem início sorteando-se 2 participantes por vez. A batalha tem o formato “mata a mata”, como os formatos de futebol, ou seja, quem ganha avança para as próximas fases. Caso o número de participantes for ímpar os MC's restantes se decidem pelo o que é chamado “Double Three”, ou seja, 3 participantes em uma batalha e apenas um avança para a próxima fase.

Em cada batalha os MC's tem 1 minuto para cada um desenvolver o improviso baseados nos temas. O quesito de avaliação fica a critério da percepção do público. Caso o público julgue empate um novo ‘round’ é realizado, com novos temas e se houver segundo ‘round’ deve-se decidir o campeão, pois não há a possibilidade de um terceiro. Há também a possibilidade de 2 jurados dividirem o peso da votação com o público, pois geralmente o público julga com a emoção, enquanto os jurados podem avaliar quesitos técnicos dos MC's.

A batalha só termina quando apenas um MC se consagrar campeão. Entre os intervalos das fases acontecem as apresentações artísticas.

#### **4.1.1 Regras da Batalha do Neurônio**

- Máximo 16 Mcs (definido por ordem de chegada);

- O MC que se inscrever após o coro de 16 MC's entra numa lista de espera caso haja desistência de algum MC inscrito;
- Os duelos são decididos por meio de sorteio;
- Em caso de chave ímpar é feito um Double Three;
- É proibido e abominado em uma batalha de improviso o uso de rimas decoradas;
- Proibido fazer citações racistas, imorais e de baixo calão (como xingamentos);
- A batalha possui apenas um round sendo que cada MC tem 1 minuto para desenvolver o improviso em cima dos temas;
- Em caso de empate é feito um segundo round com novos temas;
- Quem define os temas é o público;
- São 3 temas por batalha;
- Não há terceiro round;
- O Duelo é “mata a mata”;
- Há a possibilidade de se colocar 2 jurados pra dividir o peso da votação do público.



Figura 7 - MC's de Brasília na Batalha do Neurônio.

## 5 PÚBLICO

Como a batalha começou na Vila Planalto, as pessoas que frequentavam ou transitavam pela praça acabavam participando do evento. Há quem consuma e marque presença nessas batalhas de forma periódica. O público é constituído em sua maioria por adolescentes. Pessoas simpatizantes com as festas do gênero “bass” (hip hop, drum’n bass, ragga, dubstep, trap) também se encaixam no perfil do evento. Há também forte destaque nas redes sociais, tendo em vista que as pessoas (maioria adolescentes) gostam de acessar as páginas, de comentar e de rever os registros das batalhas,

A cultura hip hop se desenvolveu a partir de uma história forte e de muitos protestos, por isso o “peso” é uma característica bem marcante em suas manifestações. É também estritamente urbana e é possível perceber uma não linearidade em sua expressão, como na formação dos guetos, street art, entre outros. Há também o fato de haver singularidades de expressões, já que cada pessoa no hip hop é um “planeta” cheio de peculiaridades.

Essa singularidade se aplica à Batalha do Neurônio, já que é a única batalha de conhecimento periódica da capital federal. Há um neurotransmissor muito importante para o improviso que é a acetilcolina, responsável pela memória.

Foi definido como características da pesquisa os seguintes pontos:

- Peso (história, protestos, batida);
- Urbano;
- Formação Não Linear;
- Street Art;
- Singularidade;
- Relação com a memória.
- Harmonia
- Criatividade, flow, performance, inovação/variação adaptação a base  
(Características da Batalha de MCs)

## 5.1 REFERÊNCIAS VISUAIS

A princípio foi levantado um painel com identidades que se encaixavam no tema, mesmo que por um simples quesito. Depois houve uma lapidação desse levantamento e em seguida uma análise das selecionadas.

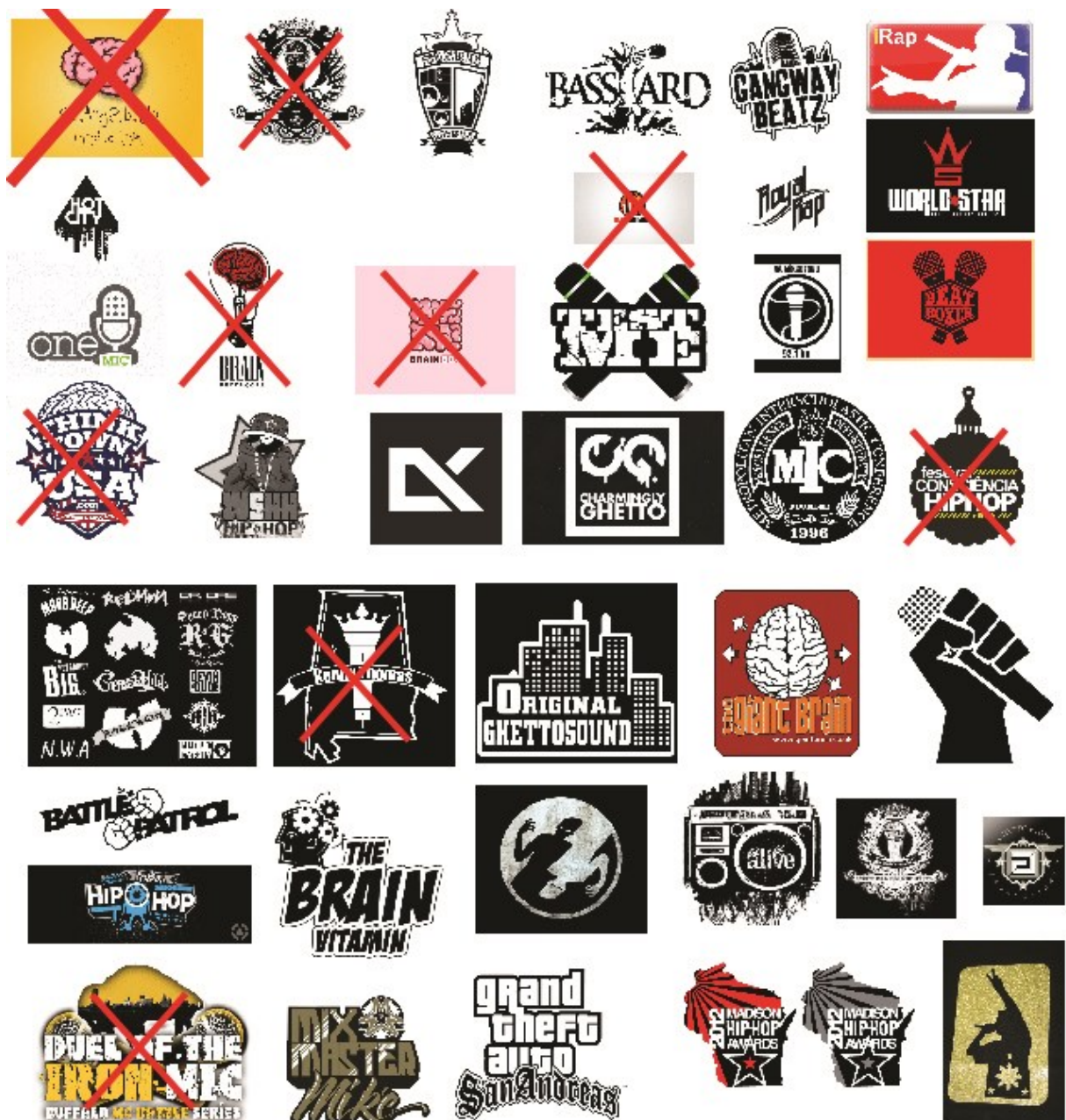


Figura 8 - Referências visuais – Marcas.



## 5.2 OUTRAS BATALHAS

Foram analisadas as identidades das batalhas de maior visibilidade no Brasil via youtube. São elas: A Batalha do Conhecimento (RJ), Duelo de MC's (MG), Calango Pensante (DF), Rinha dos MC's (SP) no objetivo de apontar as características de cada uma que sejam semelhantes ou destoantes e também perceber de que modo essas batalhas se apresentam ao público.



Figura 9 - Marcas de outras batalhas.



### 5.2.1 Produtos

Também foram levantados alguns produtos dessas outras batalhas e como essas identidades se apresentam. A produção não é muito diversificada, em sua maioria os produtos são bonés e camisetas.



Figura 10 - Produtos de outras batalhas e alguns concorrentes.

### 5.3 ESTÊNCIL

Estêncil é uma técnica utilizada para aplicar uma ilustração em alguma superfície, pode ser um símbolo, número, fonte, etc. Geralmente tem um molde em papel ou acetato e em sua maioria é aplicada uma tinta ou spray aerossol através do corte desse molde. Estêncil serve de matiz para algumas técnicas de impressão como a serigrafia e a mimeografia e serve de apoio para muitos trabalhos dos grafiteiros. Essa parte teve atenção especial pelo fato de o estêncil ser uma técnica consideravelmente simples e que pode auxiliar no processo de intervenção urbana, como forma de propaganda e por ter essa característica semelhante do hip hop de arte na rua para a rua, sem contar que o processo pode ajudar em impressões em tecidos e outras superfícies e também tomar uma liberdade individual de aplicação, por exemplo: caso o usuário tenha acesso a um estêncil ele pode aplicar da forma que quiser e

aonde quiser. Camisetas, cartazes e paredes são alguns exemplos de onde se pode aplicar estêncil.



Figura 11 - Estêncil.

#### 5.4 SELEÇÃO DAS REFERÊNCIAS VISUAIS

Realizou-se uma seleção de marcas mostradas anteriormente e foi feito um levantamento das características. Essa seleção foi baseada no objetivo de auxiliar no conceito visual da proposta, estudando as particularidades simbólicas de cada marca e assim ser fazer um estudo para ajudar na escolha do caminho.

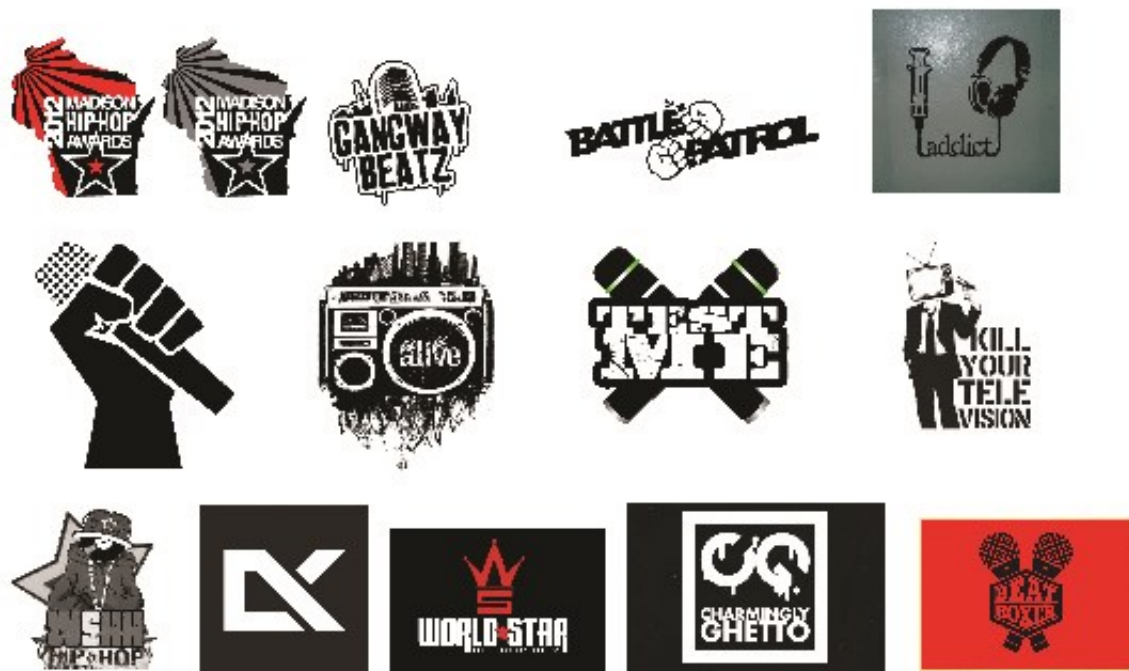


Figura 12 - Seleção das marcas.

#### CARACTERÍSTICAS:

- Visualmente pesadas;
- Fontes pesadas;
- Estêncil em muitas delas;
- Simbologia direta;
- Todas possuem símbolo;
- Concorrentes se apresentam de forma semelhante.

## 6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

A geração de alternativas teve início juntamente com o processo de levantamento de dados, será possível observar alguns rascunhos que fogem da escolha do caminho, porém será datado como dado relevante ao processo.

Tornou-se difícil escolher um caminho que se aplicasse adequadamente à Batalha visando englobar toda a cultura hip hop e não apenas os duelos de MC's. Apoiando na definição dos pilares do hip hop decidiu-se desenvolver uma marca tipográfica que funcionasse como carimbo. Escolheu-se a técnica do estêncil visando a liberdade de aplicação e intervenção da marca sobre outras superfícies, deixando assim que a marca seja algo híbrido e que tenha forte apoio na definição de street art. Esse argumento levou ao desenvolvimento de um slogan que diz “A Batalha do Neurônio está em todas as coisas”, onde a essência da batalha teria relação com coisas da vida como trabalho, música, reflexão, pensadores e a marca poderia assim abraçar ou aderir ao máximo de coisas possíveis e até sobrepor outras identidades.

Características da escolha do caminho:

- Estêncil;
- Tipografia;
- Carimbo;
- Liberdade de aplicação.

A princípio a geração de alternativa foi bem experimental, a título de observar supostas soluções. Porém, sempre foi observado algum impasse e esperava-se que a peça final tivesse o máximo de liberdade possível. Dessa forma, a geração foi se tornando cada vez mais específica e optou-se por uma criação tipográfica (lettering) para facilitar aplicação. Testes de símbolos também foram realizados. O começo da geração foi livre e começou através de alguns rascunhos.



Figura 13 - Geração de alternativas (Rascunho 1).



Figura 14 - Geração de alternativas (Rascunho 2).

Como foi decidido trabalhar com estêncil, pesquisou-se algumas famílias tipográficas analisando a forma, legibilidade, encaixes, etc.

**Stencil Export**  
**A B C D E F G H I**  
**J K L M N O P Q R**  
**S T U V W X Y Z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9**  
**a b c d e f g h i j k l m**  
**! \$ % & \* ?**

Figura 15 - Análise de fontes do tipo estêncil 1.

**A B C D E F G H I J K L M**  
**N O P Q R S T U V W X Y**  
**Z À Á Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ü Æ I 2 3 4**  
**5 6 7 8 9 0 ( \$ € . , ! ? )**

71

Figura 16 - Análise de fontes do tipo estêncil 2.

Após uma longa pesquisa optou-se pelo uso da fonte ESTENCELER, que possui variadas formas de aplicação e possui encaixes bastante simétricos. Por questões visuais, decidiu-se pelo uso da forma REGULAR (normal) da fonte. Abaixo segue uma demonstração da fonte em suas formas LIGHT, NORMAL, BOLD e SHADOW (respectivamente, de cima para baixo).

BATALHA DO NEURÔNIO  
 BATALHA DO NEURÔNIO  
 BATALHA DO NEURÔNIO  
 BATALHA DO NEURÔNIO

Figura 17 - Formas da fonte Estenceler (Formas de cima para baixo: Light, Normal, Bold e Shadow).

**ESTENCELER**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 RSTUVWXYZÀÁÉÊÕÜ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQ  
 RSTUVWXYZÀÁÉÊÕÜ  
 01234567890(,.;!?)

Figura 18 - Fonte Estenceler.

Houve também uma tentativa de se criar um símbolo baseado na ideia de construção de um estêncil. Experimentou-se algumas formas que remetiam a um cérebro, com o intuito de fazer um paralelo entre a essência da batalha e o raciocínio, e devido ao o fato de ter relação com a memória.



Figura 19 - Testes de símbolos (Estêncil).



Outros testes também foram feitos tentando demonstrar a batalha não necessariamente com um símbolo direto como microfone, cérebro, e sim fazer um símbolo que tenha, em partes, fatores que a batalha possui. Apoiando-se no fato de a cultura hip hop ser uma cultura urbana, onde uma cidade, por exemplo, estaria identificando de alguma forma aquele ambiente. Abaixo segue alguns testes utilizando a fonte escolhida anteriormente.



Figura 20 - Testes de símbolos, marca e experimentos.

Abaixo tem alguns testes do lettering e alguns testes de sobreposição em um símbolo (cérebro vetorial). O acento circunflexo precisou ser estudado para se agregar a forma.

**BATALHA DO  
NEURÔNIO**

**BATALHA DO  
NEURÔNIO**

**BATALHA DO  
NEURÔNIO** [ **BATALHA DO NEURÔNIO** ]



Figura 21 - Testes de símbolos, adequação do lettering (carimbo).

### 6.1 CARIMBO

Algumas aplicações foram testadas utilizando-se bordas para o carimbo, até chegar à escolha final.



**BATALHA DO  
NEURÔNIO**

**BATALHA DO  
NEURÔNIO**

Figura 22 - Testes de bordas do carimbo.

## 7 CONCEITO E LINGUAGEM

Determinou-se a peça final que mais se referia aos atributos definidos à etapa de Escolha do Caminho. A peça final foi calculada, colocada em uma grade e testada em relação a sua redução e contraste.

A borda permite uma centralização do olhar, quase como uma moldura, e os espaços mais finos amenizam o peso horizontal equilibrando em relação as bordas verticais que são mais grossas.

Houve uma licença poética em relação ao acento circunflexo, colocando-o na parte de baixo da letra “O” o que não alterou a leitura. A ideia é que a marca tenha a liberdade de fazer intervenções sobre qualquer superfície.



Figura 23 - Marca Batalha do Neurônio.



Figura 24 - Ajuste da marca em grade.



Figura 25 - Teste de legibilidade e redução.



Figura 26 - Teste em fundos contrastantes.

## 7.1 CORES

Decidiu-se trabalhar com 3 cores: Vermelho, Branco e Preto, com o objetivo de reforçar a identidade não só como forma e sim também como cor. O preto foi escolhido por ser uma cor que remete a tradição, rigidez, demonstrando assim as raízes da batalha e criando a relação com a cultura hip hop. O branco é uma cor neutra que transmite calma e nesse caso é uma cor escolhida para simbolizar paz. A cor vermelha aumenta a pressão sanguínea e esta relacionada a emoções fortes, intensidade e ação.

Essas cores foram escolhidas para simbolizar a batalha e firmar a identidade. Quando a marca for utilizada em um fundo colorido, que não seja da cor vermelha, a marca será usada em branco ou preto, conforme o contraste.



Figura 27 - Padrão de cores.

## 7.2 APLICAÇÕES

Devido ao caráter independente do evento e a falta de patrocínio, discutiu-se quais produtos deveriam ser feitos e quais deveriam apenas ficar como projeto até aparecer verba, baseando-se no público alvo.

Abaixo segue a lista em grau de importância das peças desenvolvidas:

- Camisetas;
- Bonés;
- Cartão de Visita;
- Banners para o local de realização da batalha;
- Banner web para rede sociais (facebook, youtube e twitter).

## 7.3 CAMISETAS – ‘A BATALHA DO NEURÔNIO ESTÁ EM TODAS AS COISAS’

Foi criado um slogan ‘A BATALHA DO NEURÔNIO ESTÁ EM TODAS AS COISAS’, justificando a liberdade de aplicação da marca e o fato de ela abraçar conceitos, padrões, imagens, utilizando a intervenção para que o usuário tenha rápida assimilação. Desenvolveu-se um padrão para as estampas, imagens foram coletadas e tratadas.

O tratamento consiste em transformar algumas imagens ou vetores em tons de cinza com dpi abaixo de 300, aumentar o contraste e brilho dessas imagens e por fim transformá-las em retículas de meio-tom. Os pontos seguem um padrão de tamanho e densidade onde causam uma ilusão de óptica provocada pelo contraste entre o tom da tinta e o tom do fundo da

imagem e são exagerados para que seja perceptível essa intenção. Esse tratamento também facilita o processo de serigrafia já que esses pontos terão apenas uma cor homogênea.

As cores são as definidas na aplicação, dessa forma as camisetas serão confeccionadas em três cores: vermelha, preta e branca. Sendo que cada camiseta terá 2 cores de impressão e uma de tecido. Foram considerados os seguintes aspectos para escolha das imagens: figuras pops, imagens que remetam ao raciocínio e imagens que tenham relação com alguma cultura ou prática que exija disciplina e esforço, como yoga, artes marciais, para fazer um paralelo dessas práticas com o MC.

Abaixo seguem as etapas do tratamento de imagem e um zoom para visualizar os meios tons.



Figura 28 - Etapas do tratamento de imagem para estampas.



Figura 29 - Zoom da peça em sua forma final.



Figura 30 - Zoom mais intenso, para demonstrar as retículas de meio tom.

Para essa série foram escolhidas as seguintes figuras pops: Bob Marley, Bruce Lee e Tupac Shakur. O motivo é o fato de serem figuras icônicas e com valores positivos com os quais se pode fazer um paralelo com as características da Batalha do Neurônio.

Bruce Lee é símbolo de força, treino e persistência. Já Bob Marley é um ícone que representa paz e inteligência. Tupac Shakur é um símbolo do Hip Hop, suas letras e postura ativistas se destacaram e firmaram o hip hop gangster. Todas essas características se misturam com as características da batalha.

É possível que muitos MC's e consumidores da batalha se identifiquem com essas faces e suas respectivas histórias. Outros símbolos foram selecionados, porém foi optado trabalhar primeiramente com esses três, pois os mesmos já abrangem certo público com aspectos bastante diferentes. As imagens abaixo foram escolhidas por estarem bem definidas e se assemelharem em relação à posição e contraste.





Figura 31 - Imagem 'Bruce Lee', tratada e desenvolvida para estampa.

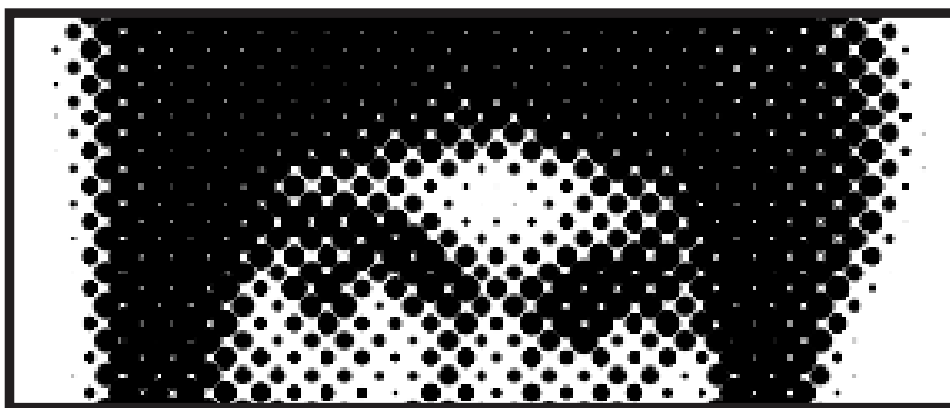


Figura 32 – Zoom, imagem 'Bruce Lee' reticulada.



Figura 33 - Imagem 'Bob Marley', tratada e desenvolvida para estampa.

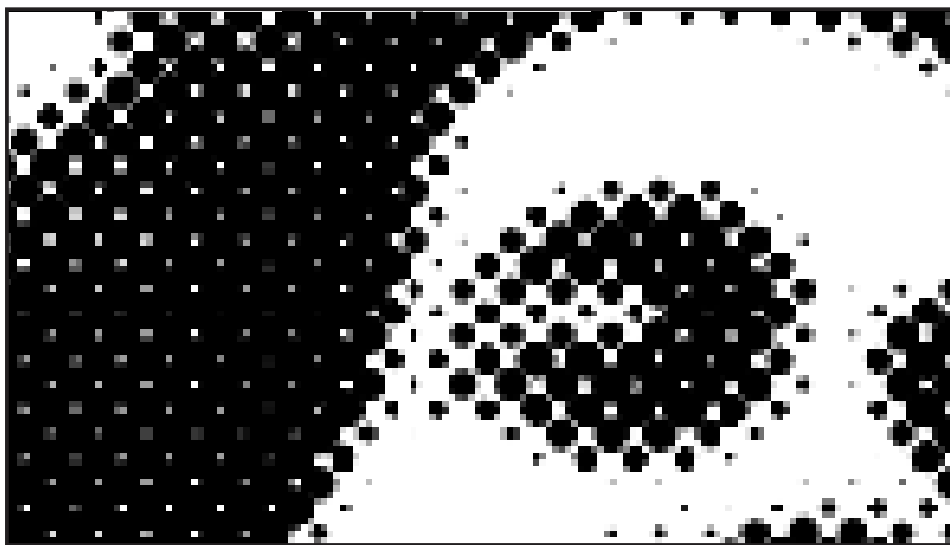


Figura 34 – Zoom, imagem 'Bob Marley'.



Figura 35 - Imagem 'Tupac Shakur', tratada e desenvolvida para estampa.

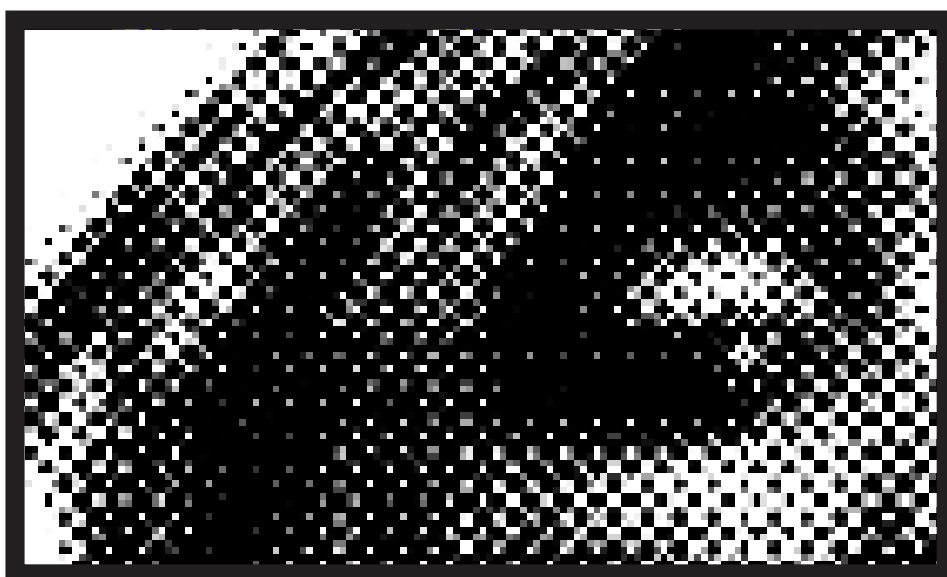


Figura 36 – Zoom, imagem 'Tupac'.

Em seguida a marca foi tratada com o objetivo de simular um carimbo quando aplicada na serigrafia. Foram feitos alguns cortes não lineares para causar o efeito. Abaixo está o resultado final que será aplicado sobre as imagens. A ideia é que a marca se adapte a cada imagem de forma que se torne uma arte harmônica.



Figura 37 - Identidade tratada para simular carimbo.

Como foi decidido trabalhar com 3 cores, elas também se aplicam às camisetas, trabalhando a harmonia entre elas. Quando a camiseta for vermelha a estampa deve ser trabalhada nas cores branca o preta. Abaixo estão os modelos das cores das camisetas e também de baby looks femininas.



Figura 38 - Representação gráfica para os modelos de camiseta e baby look.

Abaixo esta uma demonstração da marca sobreposta sobre as imagens seleccionadas para exemplificar o funcionamento das estampas. A marca deve se adaptar à forma da imagem.





Figura 39 - Demonstração de aplicação da marca sobre a imagem.

Outras imagens tratadas e selecionadas foram: O cérebro e um Samurai. A primeira imagem, o cérebro, remete ao órgão mais importante e mais falado nas batalhas de MC e também faz um paralelo entre raciocínio e freestyle. A segunda compara os MC's aos samurais, referindo-se à postura de guerreiros, soldados, persistentes e determinados. Abaixo estão as imagens já tratadas.



Figura 40 - Imagem 'Samurai', tratada e desenvolvida para estampa.

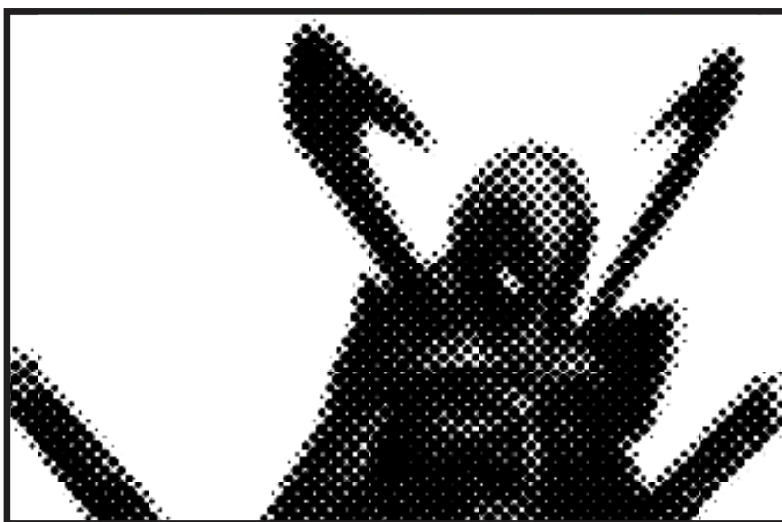


Figura 41 – Zoom, imagem 'Samurai'.





Figura 42 - Imagem 'Cérebro', tratada e desenvolvida para estampa.

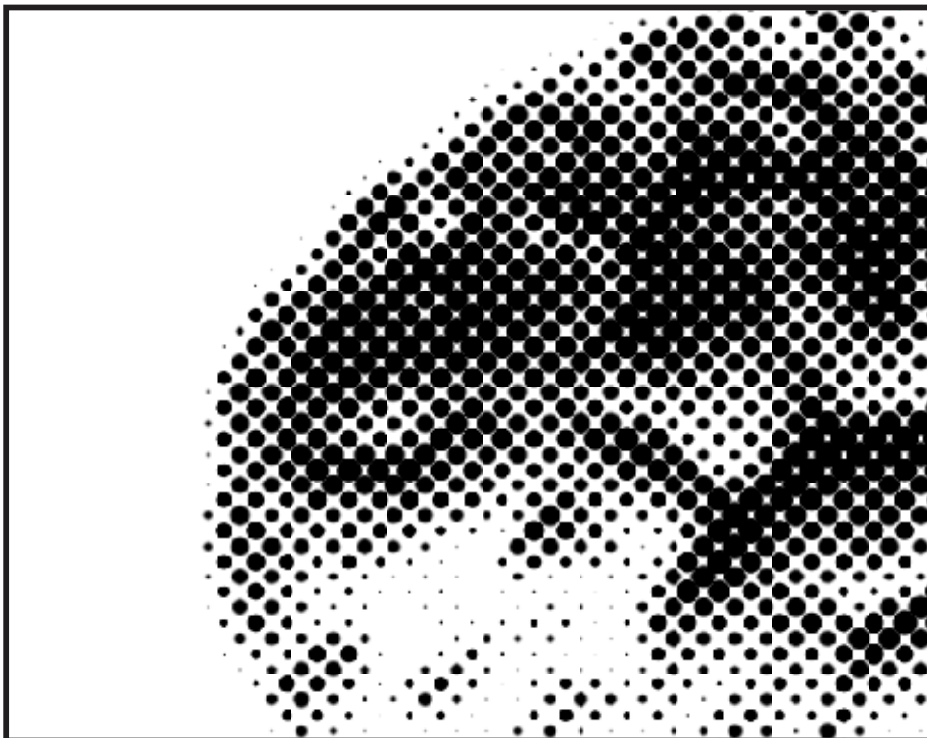


Figura 43 – Zoom, imagem 'Cérebro'.

Abaixo segue uma das peças tratadas e testada em três fundos que representam a camiseta e uma simulação em camiseta branca. A demonstração será feita em apenas uma,



pois esse tratamento é padrão para todas as peças: imagem reticulada e dimensionada a camiseta de forma que ocupe uma grande área, carimbo aplicado e sobreposto de acordo com a imagem e cores adaptadas ao fundo.



Figura 44 - Padrão de aplicação nos fundos.



Figura 45 - Simulação de aplicação em camiseta branca.



Figura 46 - Simulação de aplicação em camiseta vermelha.



Figura 47 - Zoom de aplicação em camiseta vermelha

## 7.4 BONÉS

Os bonés são os famosos “aba reta” conhecidos no meio hip hop e serão da cor preta. A marca será bordada na frente em cinza ou branco.



Figura 48 - Simulação da aplicação da marca em bonés.

## 7.5 CARIMBO

O carimbo foi desenvolvido para ter a função de um cartão de visita, facilitando a aplicação em inúmeras superfícies e se apoiando na liberdade que o conceito permite. Ele evidência as redes sociais (meios de comunicação da batalha).



Figura 49 - Carimbo/cartão de visita.



Figura 50 - Aplicação do carimbo em envelope.

## 7.6 MOLETOM

Serão dois modelos de moletom, ambos na cor preta. O primeiro com a marca menor em branco na altura do peito e alinhada à esquerda e o segundo em vermelho cobrindo toda a região peitoral, com uma angulação, como demonstrado nas imagens abaixo.



Figura 51 - Modelos moletom.

## 7.7 BANNERS

Por fim foram desenvolvidos 4 banners com o intuito de sinalizar a batalha: 1 para ficar atrás do equipamento de som, 1 para ficar no chão, na frente do equipamento de som, e 2 para as laterais. Todos os banners terão o Slogan da Batalha do Neurônio, 'Freestyle: A Cura do Alzheimer', com exceção do banner que ficará na mesa.

### 7.7.1 Banners laterais

Esses banners terão 1,20 cm x 80 cm e serão colocados ao lado das caixas de som, sendo que um estará na esquerda e o outro na direita.

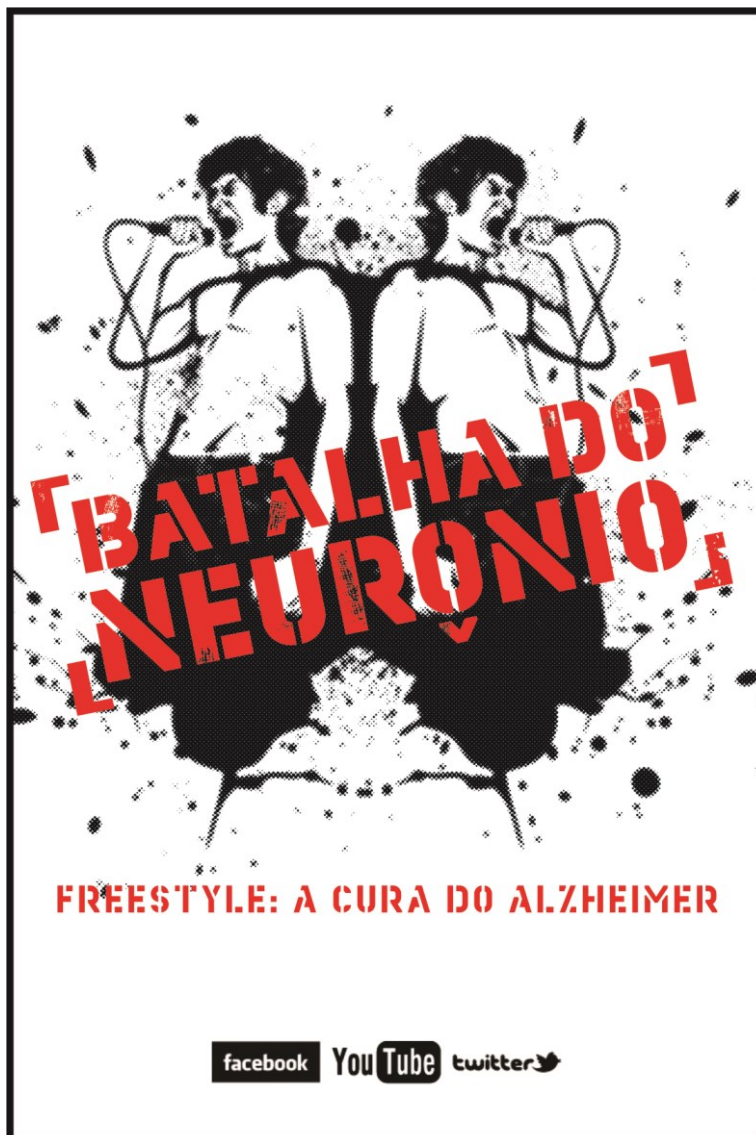


Figura 52 - Banner lateral.

A imagem vetorial foi submetida ao mesmo tratamento das estampas. Segue uma demonstração abaixo.



Figura 53 - Tratamento imagem banner lateral.



Figura 54 - Zoom tratamento imagem banner lateral.

### 7.7.2 Banner da parede e da mesa

O banner que ficará na parede atrás do equipamento medirá 1,5 m x 2,5 m e terá a frase que é slogan da Batalha do Neurônio “Freestyle a Cura do Alzheimer”. O banner que ficará de frente à mesa do DJ terá 0,80 m x 2,5 m e carregará as marcas em preto e branco das redes sociais. Abaixo estão respectivamente: o banner da parede e o banner da mesa.



Figura 55 - Banner parede.



Figura 56 - Banner mesa.

Abaixo segue uma ilustração demonstrando como as peças estarão distribuídas no evento.



Figura 57 - Simulação do espaço, distribuição dos banners.

### 7.7.3 Banner facebook

O banner para a fan page do facebook tem 315 px X 851 px e é igual ao banner que ficará atrás do equipamento de som.



Figura 58 - Banner web facebook.



## 8 CONCLUSÃO

Após o término da identidade foi possível perceber as inúmeras aplicações que ela suporta, a ideia da marca de “abraçar” as coisas permite uma liberdade vasta de aplicações e esse é o seu grande diferencial.

O hip hop é uma cultura que se adaptou meio a desordem de informação e agregou diversas expressões distintas, o conceito aqui apresentado segue essa definição. O desafio era propor uma identidade que pudesse aproximar os pilares da cultura e a liberdade permitirá esse encontro.

Por ter sido um projeto sem verba, um roteiro de prioridades de produtos foi necessário e o processo aqui apresentado foi satisfatório visando o retorno do capital que será investido para o desenvolvimento de novos produtos baseando-se no público alvo.

O conhecimento a respeito da cultura hip hop aumentou e a proposta de desenvolver uma identidade visual para a Batalha do Neurônio foi de grande valia, pois permitiu sua expressão em um problema de escassez visual evidente. Como se trata de um evento que envolve inúmeras questões sociais positivas como o incentivo à cultura e a possibilidade de proporcionar aos jovens o envolvimento com cultura rica, desenvolver quesitos visuais para esse evento irá contribuir para sua ascensão, permitindo assim sua expressão de forma mais profissional, firmando sua identidade em seu meio e principalmente na capital federal.

## 9 REFERÊNCIAS

1. TR, Hip-hop. Muito se fala, pouco se conhece e o quê se faz...? Disponível em: <<http://www.pcg.com.br/eblack/04.htm>>. Acesso em: 08/02/2013
2. MACEDO, Letícia. Freestyle: a criatividade da batalha de MC: Vence o desafio quem rima melhor no improviso e não recorre à baixaria. Disponível em: <[http://jovem.ig.com.br/street/noticias/2008/10/02/freestyle\\_a\\_criatividade\\_da\\_batalha\\_de\\_mcs\\_1963091.html](http://jovem.ig.com.br/street/noticias/2008/10/02/freestyle_a_criatividade_da_batalha_de_mcs_1963091.html)>. Acesso em: 11/02/2013
3. CHANG, JEFF; DJ Kool Herc. Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation. [S.l.]: Macmillan, 2005.
4. WIKIPÉDIA, Hip Hop. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Hip\\_hop](https://pt.wikipedia.org/wiki/Hip_hop)>. Acesso em: 08/02/2013.
5. NEW HIP HOP: O que é o Hip Hop? Disponível em: <<http://newhiphop.8m.com/about.html>>. Acesso em: 12/06/2013.
6. História do Hip Hop. Disponível em: <<https://www.dancaderua.com.br>>. Acesso em: 17/06/2013.
7. TOCHA, Daniel. História da Cultura Hip Hop. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/overblog/historia-da-cultura-hip-hop>>. Acesso em: 20/06/2013.
8. A origem do rap. Disponível em: <<http://www.wooz.org.br/musicarap.htm>>. Acesso em: 20/06/2013.
9. A História do rap. Disponível em: <<http://www.rapnaveia.com.br/historia-do-rap/>>. Acesso em: 20/06/2013.
10. ARTUZINHU. História do rap. Disponível em: <<http://artuzinhu.tripod.com/id26.html>>. Acesso em: 20/06/2013.
11. Hip Hop. Disponível em: <<http://www.mundodarua.com.br/home/?p=910>>. Acesso em: 20/06/2013.
12. SURFOREGGAE, Rafael. Os sound systems e o seu impacto na indústria musical e cultural jamaicana e mundial. Disponível em: <<http://www.surforeggae.com.br/noticias.asp?cat=31&id=1985&tipo=Coluna>>. Acesso em: 20/06/2013.
13. MEIRELLES, Gilda Flewry. O papel do mestre de cerimônias. Disponível em: <<http://www.sinprorp.org.br/Clipping/2002/324.htm>>. Acesso em: 20/06/2013.

14. A arte faz beat Box. Disponível em: <<http://themixer.blog.br/2009/07/a-arte-do-beat-box/>>. Acesso em: 23/06/2013.
15. BRANDÃO, Guilherme. Beatbox – Instrumento vocal. Disponível em: <<http://culturadaruarap.blogspot.com.br/2012/02/beatbox-instrumento-vocal.html>>. Acesso em: 23/06/2013.